

---

**Fenske, Michaela, *Marktkultur in der Frühen Neuzeit. Wirtschaft, Macht und Unterhaltung auf einem städtischen Jahr- und Viehmarkt***

**Guillaume Garner**

---



**Édition électronique**

URL : <http://journals.openedition.org/ifha/1676>

DOI : 10.4000/ifha.1676

ISSN : 2198-8943

**Éditeur**

IFRA - Institut franco-allemand (sciences historiques et sociales)

**Référence électronique**

Guillaume Garner, « Fenske, Michaela, *Marktkultur in der Frühen Neuzeit. Wirtschaft, Macht und Unterhaltung auf einem städtischen Jahr- und Viehmarkt* », *Revue de l'IFHA* [En ligne], Date de recension, mis en ligne le 01 janvier 2008, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/ifha/1676> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/ifha.1676>

---

Ce document a été généré automatiquement le 22 septembre 2020.

©IFHA

---

# Fenske, Michaela, *Marktkultur in der Frühen Neuzeit. Wirtschaft, Macht und Unterhaltung auf einem städtischen Jahr- und Viehmarkt*

Guillaume Garner

---

- 1 Cette étude est une illustration de l'intérêt croissant que suscite en Allemagne une approche ethnographique et anthropologique des phénomènes économiques dans leur dimension quotidienne. M.F. entend en effet se livrer à une ethnographie historique du marché pour comprendre les spécificités de ce qu'elle appelle la « culture de marché » à l'époque moderne. Elle se fonde pour cela sur une analyse minutieuse du marché aux bestiaux d'Hildesheim : appartenant à la principauté épiscopale de Cologne, la ville se caractérise à la fois par la très grande autonomie dont elle bénéficie, et par les divisions qui travaillent les autorités urbaines, partagées entre les deux Conseils de la vieille ville et de la ville nouvelle et le prieur du chapitre cathédral. M.F. s'appuie sur les comptes de marché municipaux, et surtout sur les protocoles rédigés par les officiers de marché (Marktherren), chargés de réguler le marché aux bestiaux pour le compte des deux conseils de la ville, ces sources étant particulièrement abondantes pour les années 1646-1717.
- 2 Son objectif avoué est de dégager les grands traits de la « culture de marché » entendue comme l'ensemble des « modes de comportement, dispositions, valeurs normatives et orientations des actrices et des acteurs » présents sur le marché. Elle met donc en œuvre une approche d'inspiration microhistorique dont le but est de comprendre les mécanismes et les facteurs de cohésion d'une ville en contacts très étroits avec un arrière-pays rural relativement défavorisé sur le plan économique.
- 3 L'ouvrage s'organise en cinq chapitres, étudiant d'abord la façon dont est organisé concrètement un marché, depuis son statut juridique jusqu'à l'aménagement de sa place, en passant par la coordination des dates des quatre marchés aux bestiaux annuels avec ceux des villes de la région, et l'importance des facteurs météorologiques.

Un second chapitre s'attache à démonter les ressorts de la sociabilité spécifique au marché en soulignant d'une part l'importance de certaines pratiques (le jeu, la consommation d'alcool), d'autre part la manière dont les autorités urbaines instrumentalisent le marché pour mettre en scène leur pouvoir, à travers notamment leurs pratiques de commensalité. Dans un troisième temps, M.F. étudie le marché comme élément et facteur de pouvoir : il permet d'une part au Conseil de la ville ancienne d'affirmer sa prééminence envers celui de la ville nouvelle et envers le prier, et est d'autre part l'occasion de manifester la domination de la ville sur la campagne environnante. Il offre enfin un prisme permettant de saisir la manière dont les sujets, loin de subir passivement le pouvoir des autorités municipales, entrent au contraire en négociation avec elles – M.F. rejoignant ici des analyses développées par d'autres chercheurs sur l'exercice du pouvoir à l'échelle locale, en particulier M. Hohkamp, A. Holenstein ou A. Landwehr. Le chapitre consacré aux pratiques économiques proprement dites des acteurs du marché est incontestablement le plus original et le plus novateur de cette étude : M.F. montre en effet comment loin d'ignorer la recherche du profit, ces acteurs mettent en œuvre des stratégies de poursuite de leurs intérêts propres, stratégies qui font une large part à la réduction du risque et des incertitudes, et qui ne peuvent se comprendre sans prendre en compte les réseaux de sociabilité dans lesquels ces acteurs sont, ou non, intégrés. Elle souligne ce faisant l'importance du marchandage dans tous les aspects de l'échange marchand, et également le poids décisif des mécanismes informels de règlement des conflits. Elle montre enfin l'importance du rôle des autorités municipales, à la fois dans la mise en place de « règles du jeu » du marché, et dans l'arbitrage ou le règlement des conflits. Le dernier chapitre brosse un tableau des groupes sociaux présents sur le marché, en étudiant l'affirmation de l'identité de la bourgeoisie urbaine par rapport à la noblesse, le statut des juifs (auxquels le commerce du bétail était autorisé), et la place du marché comme lieu de socialisation et de sociabilité masculine.

- 4 Par son analyse minutieuse de sources partiales puisque produites par l'un des acteurs présents sur le marché – les autorités municipales – comme par la diversité du questionnaire mis en œuvre et par son souci permanent d'établir des comparaisons avec d'autres études de cas locales pour parvenir à des conclusions de portée générale, cette étude remplit incontestablement l'objectif qu'elle s'est assigné, et a le mérite de prendre au sérieux la polysémie de la notion de « marché », apportant ainsi une contribution importante à la compréhension du fonctionnement de l'économie d'Ancien Régime.

- 5 Guillaume Garner (MHFA)